



Як правильно визначити мету рекламної кампанії
(або стара істина про те, що ріст "впізнаваності бренду"
не завжди веде до росту продажу)

Тетяна Мартинюк

Мета

Ціль

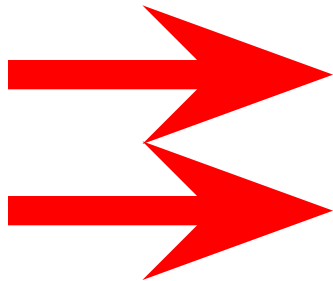
Завдання

Інструменти



Мета рекламної кампанії - формується виходячи із стратегії розвитку бізнесу

Цілі рекламної кампанії - формуються виходячи з мети рекламної кампанії



Короткострокові

Довгострокові

Завдання – “ідентифікувати продукт чи послугу”

Інструменти – створення комунікаційного месиджу
вибір каналів комунікації

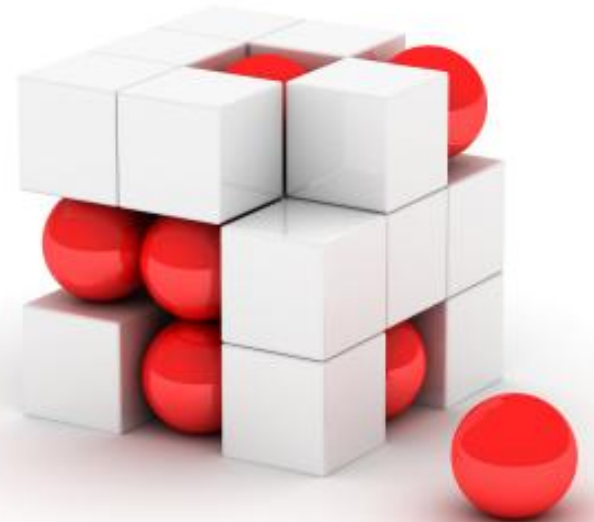
Чи є у Вас стратегія? І чому це так важливо?

Базові стратегічні поняття

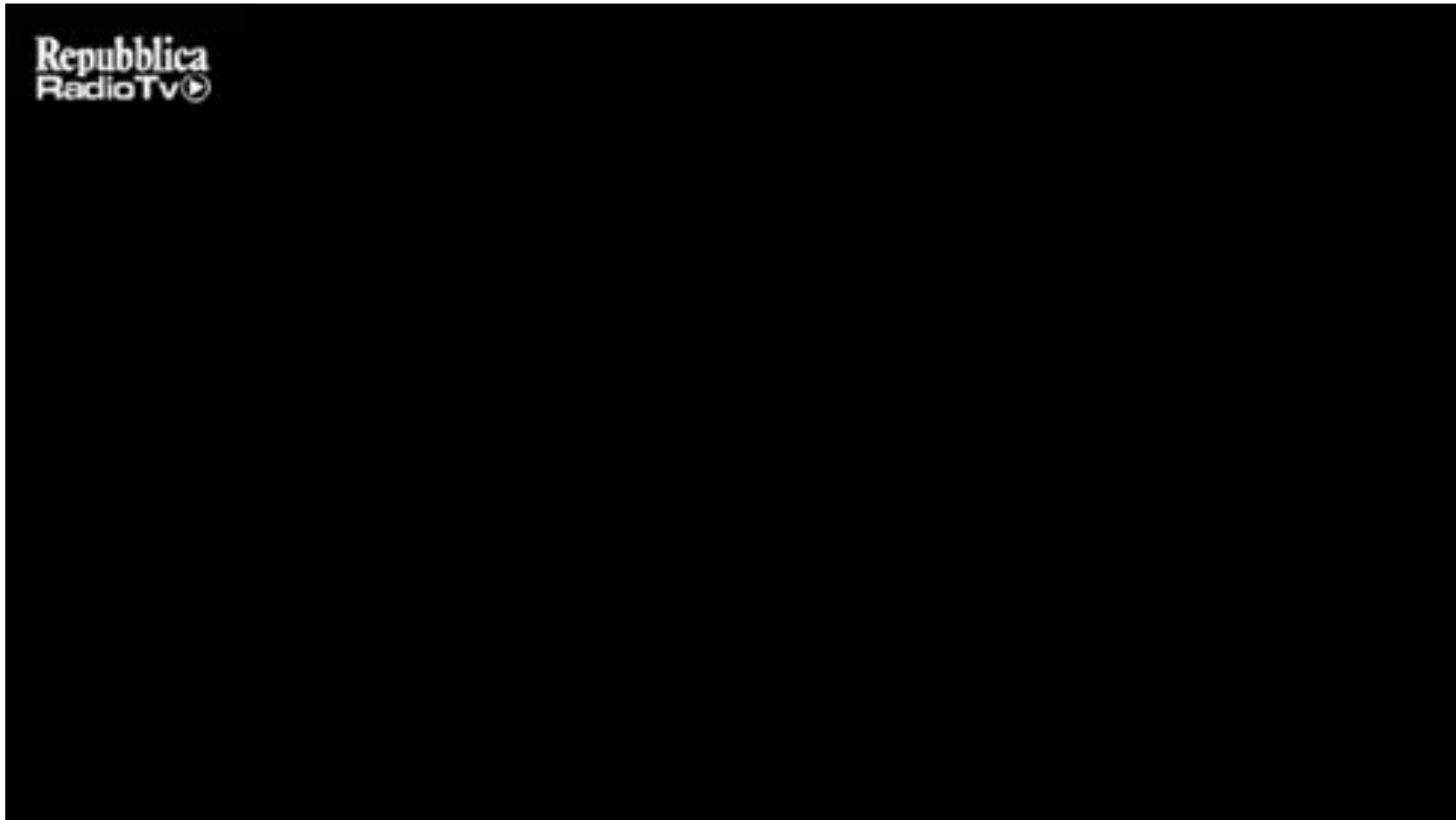


Мета

- вивести на ринок новий продукт чи послугу
- стимулювання збуту певних продуктів для збільшення реалізації
- зміна попиту з одних товарів на інші
- побудова бренду та стосунків із клієнтом
- популяризація бренду
- відібрати долю ринку



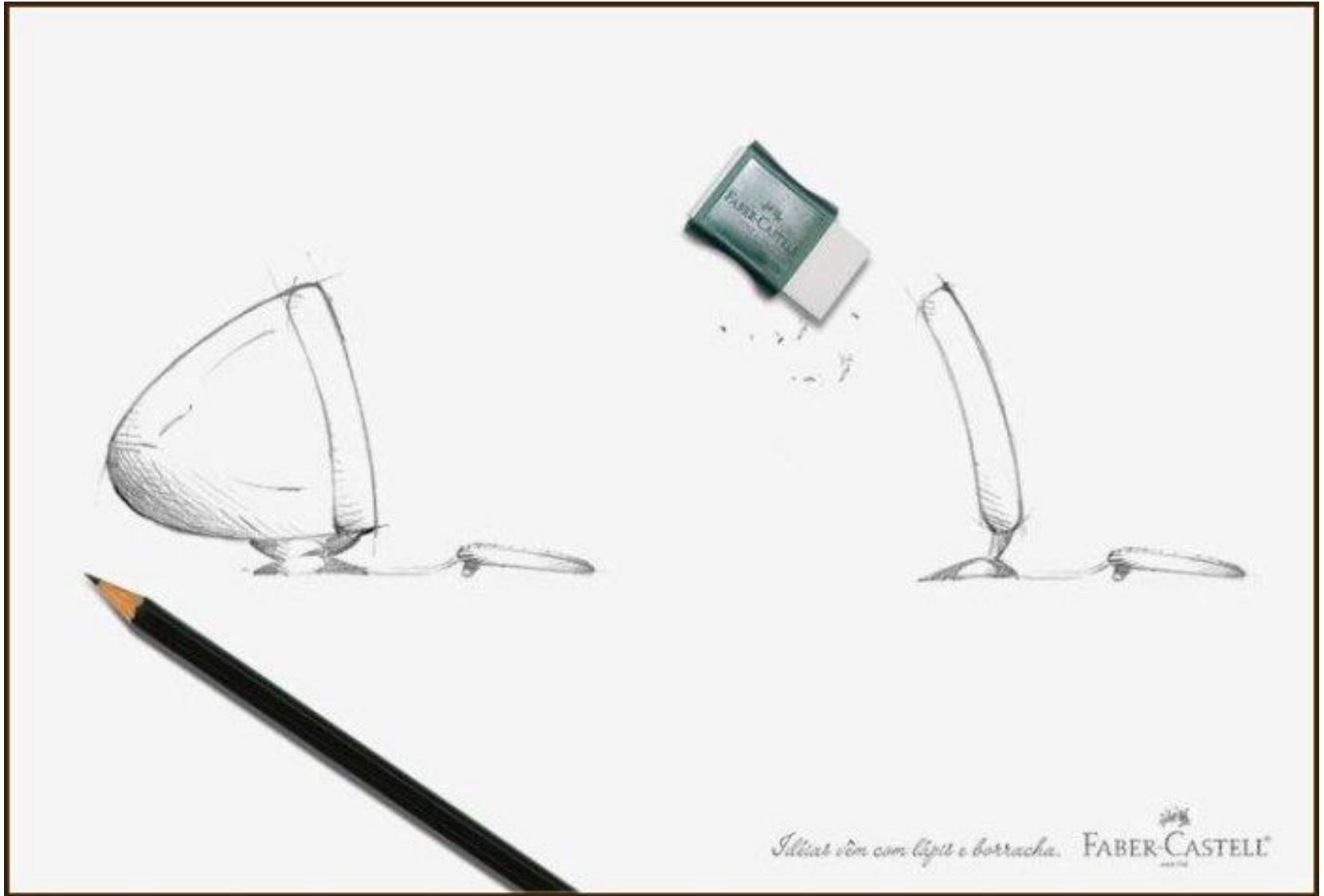
Вивести на ринок новий товар чи послугу



Стимулювання збуту певних продуктів для збільшення реалізації



Зміна попиту з одних товарів на інші



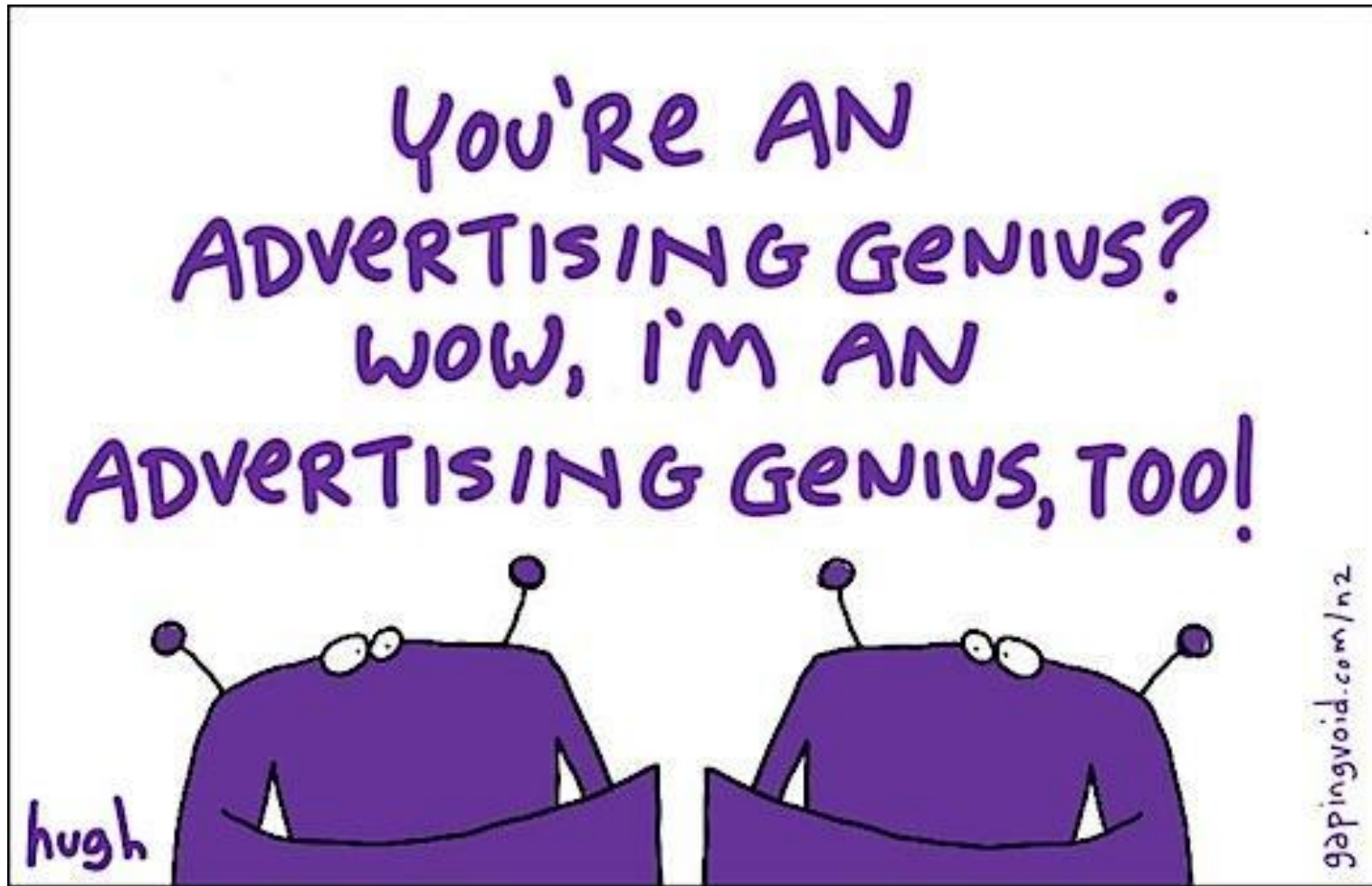
Побудова бренду та стосунків з клієнтом



Популяризація бренду



Відібрати долю ринку (Автомобільні війни)



**Congratulations to Audi for winning
South African Car of the Year 2006.**



**From the Winner of
World Car of the Year 2006.**

Although engine sales have been behind the award of the most awarded A Series in, well over four times without doubt the same year is added. It was gratifying to see that fact officially confirmed by 48 of the world's leading motoring journalists. What only one car across the world was crowned and named, a combination of exceptional handling, driving performance and spacious interior convinced all the world's best. (Quoting say that the 2006 A Series is without doubt, the world's best car)

The 2006 A Series Sedan range includes A 800, 850, 900, 950, 100 and 105. Prices approximate 2006/06. For more information visit www.audi.co.uk





**Congratulations to BMW for Winning
World Car of the Year 2006**

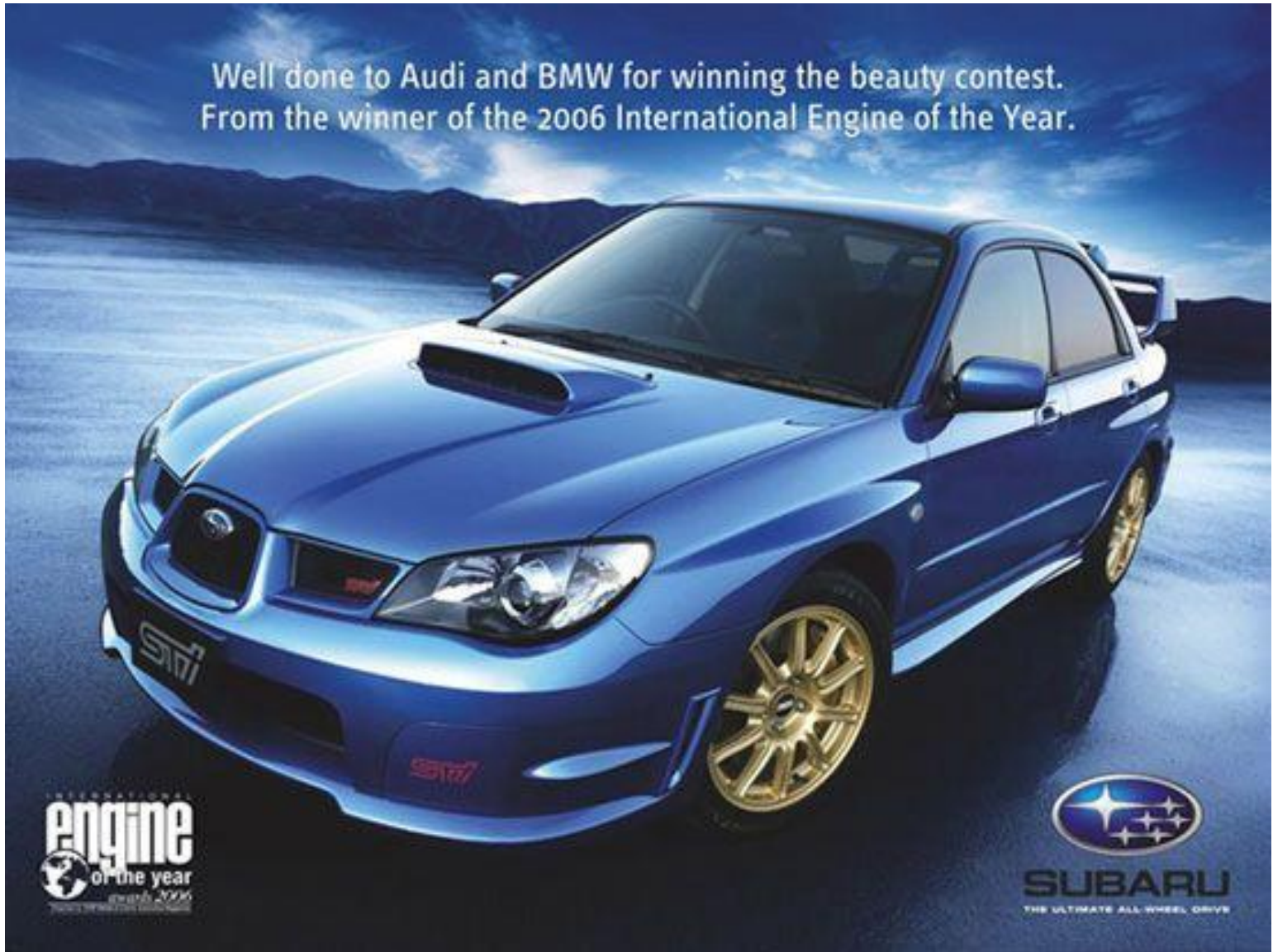


**From the Winner of Six Consecutive
Le Mans 24 Hour Races
2000-2006**



Vorsprung durch Technik audi-ua.com

Well done to Audi and BMW for winning the beauty contest.
From the winner of the 2006 International Engine of the Year.



INTERNATIONAL
engine
of the year
2006
www.roadandtrack.com

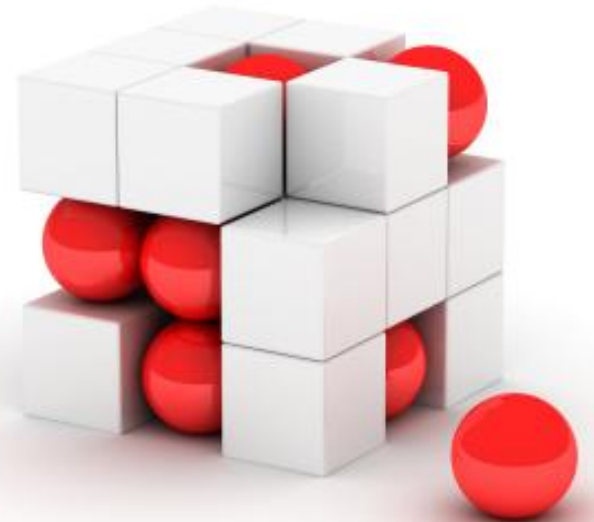


SUBARU
THE ULTIMATE ALL-WHEEL DRIVE

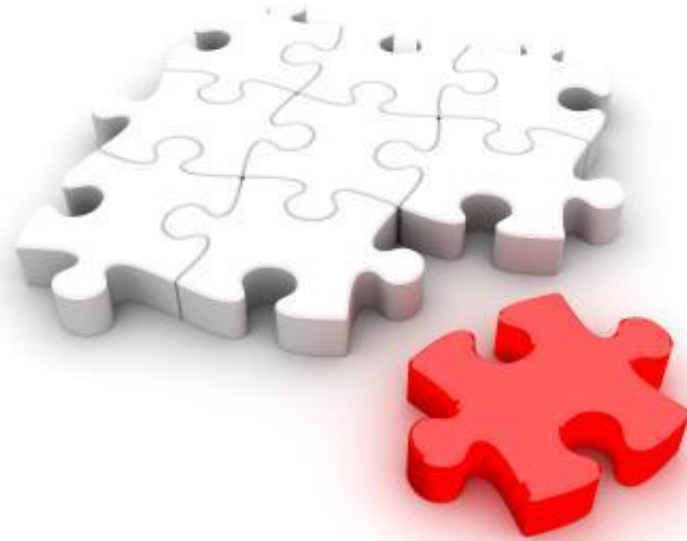


Мета

- вивести на ринок новий продукт чи послугу
- стимулювання збуту певних продуктів для збільшення реалізації
- зміна попиту з одних товарів на інші
- побудова бренду та стосунків із клієнтом
- популяризація бренду
- відібрати долю ринку



Не все лікується однією пігулкою



Чи впізнаваність бренду дає нам ріст продажів?

- на ріст продажу впливає вірно створена бізнес-модель
- чи Ваша бізнес-модель дозволяє підтримувати бренд
- “голий” бренд ніколи не призведе до зростання продажу

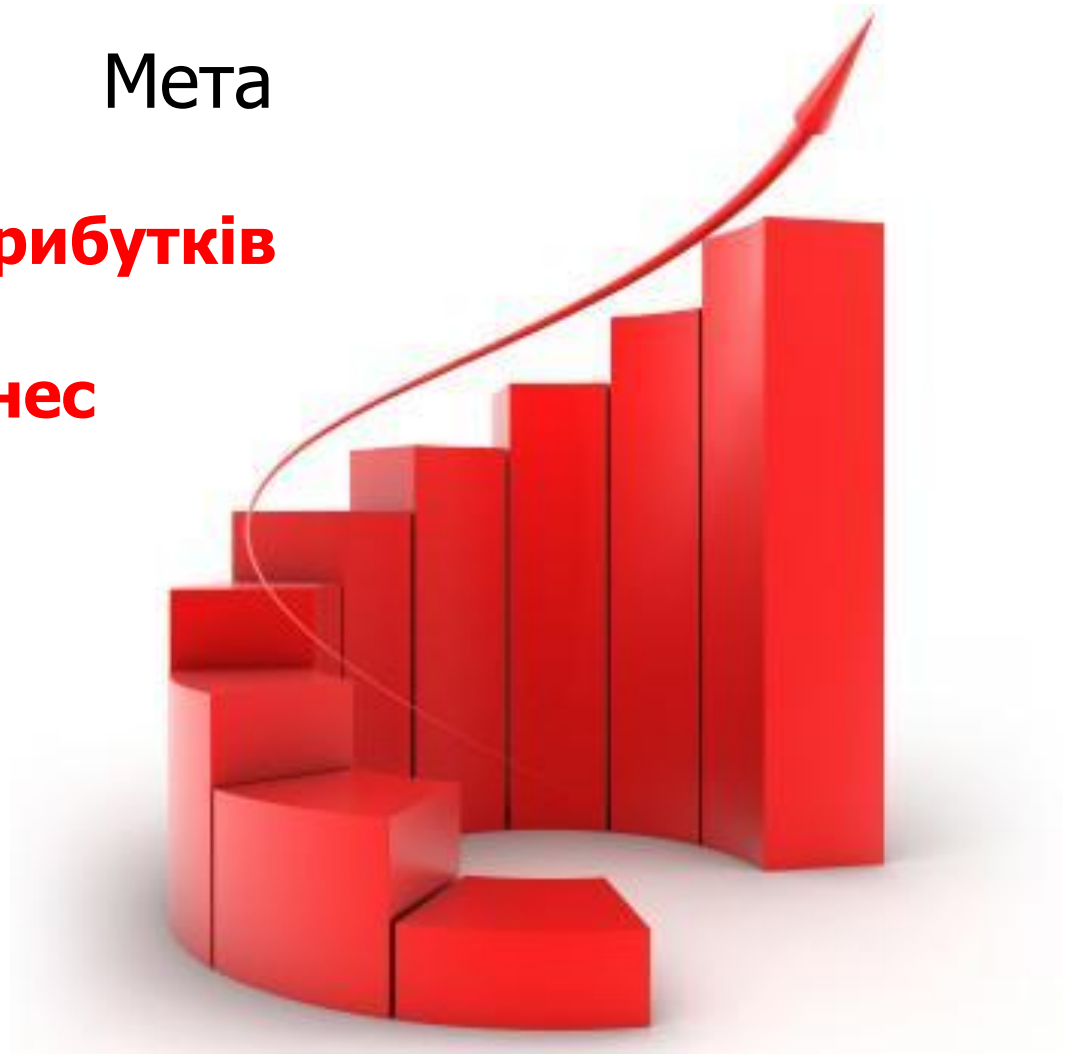


Чи впізнаваність цього бренду дає можливість забезпечувати продажі?



Мета

**Збільшити рівень прибутків
і капіталізувати бізнес**



Казочка

У давні часи в містечку до якого вела одна вуличка з назвою Кунуму були дві полуничні ферми. Одна – з однієї сторони дороги, друга – по іншу сторону. І от якось, щоб привернути увагу перехожих та продати їм більше полуниці, один із фермерів поставив біля дороги табличку із написом
“Полунична ферма”.

А другий фермер, аби потенційний покупець не витрачав часу та сумнівів, почепив на іншому стовпі свою табличку із написом:
“Полунична ферма. Відчинено”

Перший Фермер не здавався і змінив табличку:
“Полунична ферма. Відчинено. Потіш себе”

Конкурент вирішив думати логічно і використав перевагу – близькість до дороги і хорошу зручну стежину:
“Полунична ферма. Відчинено. Потіш себе. 300 метрів”

Перший фермер розгубився, його ж ферма аж в двох милях, та ж і йти туди – по закрученій та запелюченій стежині, повз зарослі бур’янів.

Що ж, він вирішив зіграти на почуттях тих, хто любить прогулятися:

“Полуницна ферма – маљовница дороба”



Успішної мандрівки!



Post Scriptum

Ті ненормальні, хто думає, що вони
МОЖУТЬ ЗМІНИТИ СВІТ, Є ТИМИ, ХТО ЙОГО ЗМІНЮЄ

Стів Джобс



Контакти:

Тетяна Мартинюк

Тел.: +38 032 242 45 45

Моб.: +38 067 672 55 74

e-mail: tetyana@mtu.net.ua

<http://www.mtu.net.ua>

skype: M.T.Utanya

Fb: Tetyana Martynyuk

